

Отже, в результаті застосування методу аналізу ієрархій визначили, що найбільш конкурентоспроможною та рентабельною продукцією ТОВ «АФ Україна» є огірки та помідори.

Список використаних джерел:

1. Гуменюк А.В. Маркетинг в овочівництві / А.В. Гуменюк // Економіка АПК. – 2011. – № 10. – С. 60–63.
2. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва/ Н.О. Шквиря // Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму. – Мелітополь: ТГATUS, 2019. – С.67-71.
3. Шквиря Н.А. Применение метода анализа иерархий для выбора стратегического управленческого решения / Н.А. Шквиря // Сборник материалов докладов Международной научно-практической конференции «Моделирование в технике и экономике», 23-24 марта 2016г., г. Витебск – С. 455 – 457.

Воінкова А. О., студентка

Науковий керівник: Колосок А. М.,

к.е.н., доцент

**Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна**

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Зарубіжна практика діяльності бізнес-структур в ринкових умовах засвідчує, що кінцевою ціллю стратегічного планування має бути сталий розвиток підприємства, що включає не лише отримання прибутків, а й розширення виробництва, покращення соціального захисту працюючих, розбудову місцевої інфраструктури, тощо. Тому, надзвичайно актуальним є використання стратегічного планування з метою адаптації підприємства до мінливих ринкових умов, забезпечення його успішного функціонування та комплексного розвитку в рамках певної громади.

Нині дана проблема детально висвітлюється в наукових працях таких вчених, як В. П. Биховченко, С. М. Бондаренко, В. В Жихарева, М. С. Крочак, Л. Г Ліпич, Л. В Олійник, О. О. Орлова, З. Є. Шершньова, та вчених з країн ближнього зарубіжжя: О. С. Віханський, В. С. Єфремов, А. Б.Ідрісова, Т. П. Любанова, Р. А. Фатхутдінов тощо.

Проте у сучасних умовах гіперконкуренції та надзвичайної динамічності змін зовнішніх факторів середовища діяльності підприємства, підходи щодо формування і реалізації раціональної стратегії для конкретного бізнесу мають бути адаптивними та швидко змінюватись в залежності від чинників впливу. Тому питання формування та реалізації стратегії бізнесу є надзвичайно актуальним та потребує подальшого дослідження в контексті конкретного підприємства.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «Ентепрайз».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти процесу стратегічного планування в умовах економічної невизначеності.

Метою дослідження є обґрунтування методологічних і практичних рекомендацій щодо формування та реалізації стратегії розвитку досліджуваного підприємства.

Відповідно до мети поставлені наступні завдання:

- визначити сутність категорій «стратегія», «стратегічне планування», «стратегія розвитку»;
- систематизувати й узагальнити методи та інструменти стратегічного планування;
- дослідити зарубіжний досвід формування та реалізації стратегії підприємства;
- здійснити загальну характеристику виробничо-господарської діяльності ТОВ «Ентепрайз»;
- дослідити та обґрунтувати стратегію розвитку ТОВ «Ентепрайз» відповідно до сучасних умов його функціонування у ринковому просторі;
- розробити пропозиції щодо удосконалення системи стратегічного планування на досліджуваному підприємстві.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України; дані Державної служби статистики України; фінансова звітність підприємства; Internet-ресурси; монографічні та періодичні видання; власні аналітичні розрахунки. Аналізування отриманих даних проводилось із застосуванням сучасних інформаційних комп'ютерних технологій.

Аналіз принципів і методів розробки і реалізації стратегії в системі менеджменту підприємства дозволяє встановити, що стратегічне управління - це процес прийняття (планування) і реалізації стратегічних рішень (оперативне управління), основою якого є формування стратегії розвитку, розробленої на основі співставлення власного ресурсного потенціалу підприємства з потенційними можливостями і загрозами зовнішнього ділового середовища, в якій функціонує підприємство.

До пріоритетних напрямів вдосконалення стратегічного планування на ТОВ «Ентепрайз» відносяться: приділення уваги соціальній складовій стратегічного планування (створення умов праці, що сприяють високій продуктивності праці та ефективності); індивідуалізація стратегічного планування, недопущення шаблонів, розроблення планів під конкретні проекти; використання передового програмного забезпечення по стратегічному плануванню; деталізація стратегічного плану, за чітко за визначеною структурою; розроблення стратегічних планів, із врахуванням інтересів та побажань керівництва, працівників підприємства та місцевої громади; приділення значної уваги інноваційній складовій (впровадження нових технологій виробництва, модернізація та реконструкція потужностей підприємства, застосування нових видів вискоєфективного обладнання); професійне навчання майбутніх спеціалістів.

Вважаємо, що врахування вищезазначених факторів допоможе підприємству не тільки повернути свої позиції на ринку, але і значно їх розширити, вийти на новий якісний рівень виробництва та надання послуг.

Список використаних джерел:

1. Биховченко В. П., Марченко К. Л. Вітчизняний та зарубіжний досвід формування та реалізації фінансової стратегії підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 18. С. 439-442.
2. Бондаренко С. М., Готь О. Я. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. Ефективна економіка. № 6. 2017.
3. Бортнік С. М., Маленицький Д. С. Забезпечення конкурентної стратегії підприємства та підходи щодо її вивчення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. № 7. С. 40-44.
4. Жихарева В. В., Савельєва Т. М. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності. Економіка і суспільство. 2017. №9. С. 423-427.
5. Крочак М. С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності. Науковий вісник Мукачівського державного університету. 2017. №1(7). С. 85-90.
6. Олійник Л. В., Кузнєцова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. Економіка і організація управління. 2018. № 3 (31). С. 118-126.

Гадючко Д.О., студент

Науковий керівник: Гусаковська Т.О,
к.е.н., доцент ВНЗ Укоопспілки «ПУЕТ»,
м. Полтава, Україна

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ

Процес управління збутом продукції вибудовується і функціонує відповідно до обраної збутової політики підприємства малого бізнесу. Збутова політика спрямована на вирішення питань, пов'язаних з доопрацюванням вироблених товарів, їх зберіганням і транспортуванням, оформленням угод та проведенням розрахункових операцій. Також збутова політика забезпечує інформування споживачів про підприємство та товар, і отримання даних про стан справ на ринку.

Процес управління збутом – це сукупність елементів, взаємозв'язаних один з одним для оптимізації управління товарними запасами підприємства малого бізнесу. До елементів, з яких процес управління збутом складається, відносяться суб'єкти, об'єкти, методи і функції, за допомогою яких підприємство малого бізнесу підвищує результативність збутової діяльності [2, с. 94].

Ефективне управління процесом збуту приносить підприємству малого бізнесу збільшення обсягу продажів, зростання прибутку та стабільність на ринку. Процес управління збутом продукції вирішує як стратегічні, так і тактичні завдання. До стратегічних завдань відноситься все, що пов'язано з формуванням, вибором і організацією каналів збуту, вибір прямого або непрямого типу збуту продукції, визначенням кількості посередницьких ланок на шляху від виробника до кінцевого споживача, логістикою і проведенням маркетингових заходів, що супроводжують товар на шляху до споживачів.

Тактичні завдання, які вирішує система управління збутом, пов'язані із залученням нових покупців, оптимізацією діяльності комівояжерів (торгових